

FAKTOR PENENTU NIAT KEPATUHAN  
CUKAI JUALAN TEMPATAN

Oleh

SHALIHEN BIN MOHD SALLEH

Tesis ini diserahkan kepada  
Sekolah Siswazah Perniagaan Othman Yeop Abdullah  
Universiti Utara Malaysia  
bagi memenuhi syarat ijazah Doktor Falsafah  
Universiti Utara Malaysia



**Kolej Perniagaan**  
(College of Business)  
**Universiti Utara Malaysia**

**PERAKUAN KERJA TESIS / DISERTASI**  
(Certification of thesis / dissertation)

Kami, yang bertandatangan, memperakukan bahawa  
(We, the undersigned, certify that)

**SHALIHEN BIN MOHD. SALLEH**

calon untuk ijazah

(candidate for the degree of)

**DOCTOR OF PHILOSOPHY**

telah mengemukakan tesis / disertasi yang bertajuk:

(has presented his/her thesis / dissertation of the following title):

**FAKTOR PENENTU NIAT KEPATUHAN CUKAI JUALAN TEMPATAN**

seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit tesis / disertasi.

(as it appears on the title page and front cover of the thesis / dissertation).

Bahawa tesis/disertasi tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan, sebagaimana yang ditunjukkan oleh calon dalam ujian lisan yang diadakan pada :

**31 Julai 2011.**

*That the said thesis/dissertation is acceptable in form and content and displays a satisfactory knowledge of the field of study as demonstrated by the candidate through an oral examination held on:*

**31 July 2011.**

Pengerusi Viva  
(Chairman for Viva)

: **Prof. Dr. Ku Nor Izah binti Ku Ismail**

Tandatangan  
(Signature)

Pemeriksa Luar  
(External Examiner)

: **Assoc. Prof. Dr. Abd. Halim bin Mohd. Noor**

Tandatangan  
(Signature)

Pemeriksa Dalam  
(Internal Examiner)

: **Dr. Zaimah binti Zainol Ariffin**

Tandatangan  
(Signature)

Tarikh: **31 July 2011**  
(Date)



Nama Pelajar  
(Name of Student)

: Shalihen bin Mohd. Salleh

Tajuk Tesis  
(Title of the Thesis)

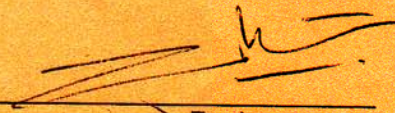
: Faktor Penentu Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan

Program Pengajian  
(Programme of Study)

: Doctor of Philosophy


Nama Penyelia/Penyelia-penyelia  
(Name of Supervisor/Supervisors)

: Dr. Zainol bin Bidin

  
Tandatangan  
(Signature)

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia  
(Name of Supervisor/Supervisors)

: Assoc. Prof. Dr. Zolkafli bin Hussin

  
Tandatangan  
(Signature)



## **KEBENARAN MENGGUNA (*PERMISSION TO USE*)**

Dalam membentangkan tesis ini, bagi memenuhi syarat sepenuhnya untuk ijazah lanjutan Universiti Utara Malaysia, saya bersetuju bahawa Perpustakaan Universiti boleh secara bebas membenarkan sesiapa saja untuk memeriksa. Saya juga bersetuju bahawa penyelia saya atau, jika ketiadaan beliau Dekan Sekolah Siswazah Perniagaan Othman Yeop Abdullah, diberi kebenaran untuk membuat salinan tesis ini dalam sebarang bentuk, sama ada secara keseluruhannya atau sebahagiannya, bagi tujuan kesarjanaan. Adalah dimaklumkan bahawa sebarang penyalinan atau penerbitan atau kegunaan tesis ini sama ada sepenuhnya atau sebahagian daripadanya bagi tujuan keuntungan kewangan, tidak dibenarkan kecuali setelah mendapat kebenaran secara bertulis. Juga dimaklumkan bahawa pengiktirafan harus diberi kepada saya dan Universiti Utara Malaysia dalam sebarang kegunaan sarjana terhadap sebarang petikan daripada tesis saya.

Sebarang permohonan untuk salinan atau mengguna mana-mana bahan dalam tesis ini, sama ada sepenuhnya atau sebahagiannya, hendaklah dialamatkan kepada:

**Dekan Sekolah Siswazah Perniagaan Othman Yeop Abdullah  
Universiti Utara Malaysia  
06010 UUM Sintok  
Kedah Darul Aman**

*In presenting this thesis in full fulfillment of the requirements for a postgraduate degree from Universiti Utara Malaysia, I agree that the University Library may make it freely available for inspection. I further agree that permission for copying of this thesis in any manner, in whole or in part, for scholarly purpose may be granted by my supervisor or, in his absence, by the Dean of Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business. It is understood that any copying or publication or use of this thesis or parts thereof for financial gain shall not be allowed without my written permission. It is also understood that due recognition shall be given to me and to Universiti Utara Malaysia for any scholarly use which may be made of any material from my thesis.*

*Request for permission to copy or to make other use of materials in this thesis, in whole or in part, should be addressed as above.*

## ABSTRAK

Kutipan cukai jualan tempatan di Malaysia masih berada pada tahap yang tidak memuaskan walaupun akta dan peraturan telah diwartakan sejak tahun 1972. Fenomena ini mungkin berpunca daripada gelagat kepatuhan yang rendah dalam kalangan pelesen cukai jualan tempatan itu sendiri. Gelagat kepatuhan yang rendah mungkin bertitik tolak daripada niat kepatuhan yang rendah. Menurut teori gelagat terancang, niat gelagat merupakan peramal utama dalam menentukan gelagat sebenar. Sehingga kini karya yang membicarakan kedudukan niat bagi menentukan gelagat kepatuhan cukai tidak langsung agak sukar ditemui. Justeru, kajian ini cuba untuk menyiasat faktor-faktor yang mempengaruhi niat kepatuhan cukai jualan tempatan khususnya di Malaysia. Kajian ini menggunakan teori gelagat terancang sebagai asas menentukan niat kepatuhan cukai jualan tempatan. Beberapa pemboleh ubah berkaitan sosiologi, psikologi, dan kualiti turut diambil kira. Pendekatan penguraian bagi setiap pemboleh ubah asal dalam teori tersebut telah dilaksanakan. Objektif pertama adalah untuk menentukan pengaruh pemboleh ubah sikap, norma subjektif, kawalan gelagat ditanggap (etika, pengetahuan, undang-undang, penguatkuasaan, kualiti perkhidmatan, dan kemudahan bayaran) terhadap niat kepatuhan cukai jualan tempatan. Objektif kedua adalah untuk menyiasat pemboleh ubah yang paling berpengaruh terhadap niat kepatuhan cukai jualan tempatan. Objektif ketiga pula adalah untuk menyiasat peranan yang dimainkan oleh pemboleh ubah perantara, iaitu sikap terhadap jualan tempatan, terhadap pemboleh ubah bebas, iaitu kepercayaan normatif primer dan kepercayaan normatif sekunder dalam mempengaruhi niat kepatuhan cukai jualan tempatan. Data kajian dikutip dengan menggunakan kaedah soal selidik. Analisis kebolehppercayaan, analisis faktor penerokaan, dan analisis regresi berganda dijalankan terhadap data yang dikutip daripada 338 responden. Keputusan analisis faktor menunjukkan bahawa sikap adalah berdimensi tunggal manakala pemboleh ubah norma subjektif dan pemboleh ubah kawalan gelagat ditanggap mempunyai berbilang dimensi. Kajian ini mendapati beberapa pemboleh ubah bebas mempunyai kaitan dengan niat kepatuhan cukai jualan tempatan. Kedudukan model yang diuji didapati mempunyai kebagusuaian padanan apabila 65% varians (*R-square*) bagi niat kepatuhan cukai jualan tempatan dapat dijelaskan oleh pemboleh ubah bebas. Ini menunjukkan model yang digunakan dalam kajian ini adalah sesuai dan dapat meramal pemboleh ubah bersandar, iaitu niat kepatuhan cukai jualan tempatan dengan baik. Pemboleh ubah bebas yang mempengaruhi niat kepatuhan cukai jualan tempatan adalah sikap terhadap cukai jualan tempatan, kepercayaan normatif primer, kepercayaan normatif sekunder, dan etika. Kajian ini juga mendapati pemboleh ubah perantara, iaitu sikap memberi sebahagian kesan terhadap pemboleh ubah bersandar. Implikasi terhadap teori dan pembuat dasar hasil penemuan kajian ini serta limitasi kajian turut dibincangkan.

Kata Kunci : Cukai Jualan Tempatan, Kepatuhan Cukai, Teori Gelagat Terancang

## **ABSTRACT**

*The level of local sales tax collection in Malaysia is still unsatisfactory although the sales tax collection act was gazetted in Malaysia since 1972. This phenomenon may be due to low rate of local sales tax compliance behavior among the sales tax licenses. The low rate of sales tax compliance behavior may be due to the low rate of local sales tax compliance intention. According to theory of planned behavior, behavioral intention is the key predictor of actual behavior. Until now, local sales tax compliance intention is rarely found in the literature. Thus, this study is the first attempt to investigate the determinant factors that could influence local sales tax compliance intention in Malaysia. This study used the theory of planned behavior as the underlying theory in determining local sales tax compliance intention. Several factors, which relate to sociology, psychology and quality, were incorporated in the theory. This study employed decomposition of original variables in the theory of planned behavior. The first objective was to determine how construction of attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control (law, enforcement, service quality, payment infrastructure and knowledge) influence local sales tax compliance intention. The second objective of this study was to determine which factors among attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control are most likely to influence the local sales tax compliance intention. The last the objective of this study was to investigate the mediating effect of attitudes on subjective norms towards compliance intention. Data for the study were collected via survey and multiple regression analysis was run on the data collected from 338 respondents. Principle component analysis indicated that the attitude construct can be decomposed into one smaller component and subjective norms and perceived behavioral control can be decomposed into multi-dimensional components. The results of this study indicated that several factors relate to local sales tax compliance intention. The models tested were found to have a good fit when 65% of the variance (R-square) in the intention of the local sales tax compliance can be explained by the independent variables used. This shows that the model used in this study is suitable to predict the intention of the local sales tax compliance well. The independent variables found to influence compliance intention and that are attitude, prime normative believe, secondary normative believe, and ethics. The present study also found that attitude, partially mediated compliance intention. Theoretical and practical implications of these findings are also discussed.*

*Keyword : Local Sales Tax, Tax Complince, Theory of planned behavior*

## **PENGHARGAAN**

Alhamdulillah, dengan nama ALLAH yang Maha Pemurah lagi Maha Mengasihani serta selawat dan salam ke atas junjungan Nabi Muhamad s.a.w serta keluarga dan para sahabatnya. Saya memanjatkan kesyukuran ke ALLAH S.W.T. kerana dengan limpah dan rahmatNya maka tesis ini dapat disudahkan. Kejayaan dalam penulisan ini disebabkan oleh kerjasama, bantuan, dan bimbingan pelbagai pihak. Pertama sekali, saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada penyelia-penyelia saya, iaitu Dr. Zainol bin Bidin dan Prof. Madya Dr. Zolkafli bin Hussin yang tidak jemu-jemu membimbing, memberi nasihat, mengajar, menegur, membantu, meluangkan masa, dan memberi galakan dalam usaha menyiapkan tesis ini. Terima kasih juga kepada Jabatan Kastam Diraja Malaysia dan Jabatan Perkhidmatan Awam Malaysia yang telah memberikan saya peluang untuk melanjutkan pelajaran dengan memberi kemudahan cuti belajar secara penuh masa dengan Hadiah Latihan. Terima kasih juga diucapkan kepada pensyarah-pensyarah dan pegawai Universiti Utara Malaysia yang turut memberi bantuan, pandangan dan teguran dalam memperkemas tesis ini, iaitu Dr. Zaimah binti Zainol Arifin, Prof. Madya Dr. Chek bin Derashid, Dr. Faridahwati binti Mohd. Shamsudin, dan Dr. Ram Al-Jaffri bin Saad. Tanpa teguran, nasihat dan bantuan daripada Professor Madya dan Dr. semua tidak mungkin tesis ini dapat disudahkan. Tidak lupa juga ucapan terima kasih kepada rakan-rakan seperjuangan dan rakan-rakan di Jabatan Kastam yang turut membantu dalam menyiapkan tesis ini, iaitu Tn. Taufik,

Tn. Alim, Tn. Zuhdi, Tn. Rahmat, Tn. Radzi, Tn. Saiful, Tn. Nazri, Tn. Shukri, Tn. Zul, Tn. Radhi, Cikgu Din, Mr. Kenny Ng, Tn. Aliman, Tn. Masrul, Tn. Karim, Tn. Wan Ismail, Tn. Hj. Shukri, Pn. Rodziah, Pn. Suzana, Pn. Aneza, Tn. Zamil, Pn. Azlina, dan Pn. Mastini.

Penghargaan dan ucapan terima kasih kepada ayah serta bonda tercinta, iaitu Mohd Salleh bin Ya' acob dan Katijah binti Salleh atas dorongan, galakan dan nasihat yang diberikan. Buat isteri tersayang Faridah binti Paiman serta anak-anak, Muhamad al-Zafran dan Muhamad al-Azhad, kesabaran yang diberikan bagi menyudahkan tesis juga amat dihargai. Penghargaan dan terima kasih juga kepada semua yang membantu, menolong, dan memberi galakan dan sokongan sama ada secara langsung atau tidak langsung kepada saya untuk menyiapkan tesis ini. Sokongan kalian amat dihargai serta didahului dengan ucapan terima kasih yang tidak terhingga. Hanya ALLAH S.W.T. yang dapat membalasnya. Terima kasih semua.



## KANDUNGAN

	Halaman
KEBENARAN MENGGUNA	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
PENGHARGAAN	iv
KANDUNGAN	vi
SENARAI JADUAL	xiv
SENARAI RAJAH	xvii
SENARAI SINGKATAN DAN GLOSARI	xviii

### **BAB 1 :     PENGENALAN**

1.0	Latar Belakang	1
1.1	Penyataan Masalah	9
1.2	Persoalan Kajian	11
1.3	Objektif Kajian	12
1.4	Kepentingan Kajian	12
1.5	Skop Kajian	15
1.6	Pembahagian Bab	16
1.7	Andaian Kajian	16
1.8	Batasan Kajian	17

## **BAB 2 :        SISTEM PENTADBIRAN CUKAI JUALAN TEMPATAN**

2.0	Pengenalan	18
2.1	Latar Belakang Sistem Pentadbiran Cukai Jualan	19
2.2	Cukai Jualan Tempatan	20
2.2.1	Definisi Pengilangan Mengikut Akta Cukai Jualan 1972	23
2.2.2	Pengecualian Cukai Bahan Mentah	24
2.2.3	Kadar-kadar Cukai Jualan Tempatan	25
2.2.4	Pengiraan Cukai Jualan Tempatan	26
2.2.5	Pembayaran Cukai Jualan dan Penalti	27
2.3	Sistem Cukai Barangan dan Perkhidmatan	28
2.4	Perbezaan Sistem Pentadbiran Cukai Jualan Tempatan dengan Sistem GST	32
2.5	Rumusan	38

## **BAB 3 :        ULASAN KARYA**

3.0	Pengenalan	39
3.1	Gelagat Kepatuhan Cukai	40
3.1.1.	Teori Gelagat Terancang	42
3.1.2.	Model Kepentingan Kewangan Diri, Model Tindakan Beralasan dan Model Prospek	47
3.2	Hubungan Pemboleh ubah Sikap, Norma Subjektif dan Kawalan Gelagat Ditanggap dengan Niat	51
3.2.1.	Niat Gelagat	51
3.2.2	Sikap	53

3.2.3	Norma Subjektif	54
3.2.4	Kawalan Gelagat Ditanggap	56
3.3	Pemboleh Ubah Sikap, Norma Subjektif dan Kawalan Gelagat Ditanggap dengan Niat	58
3.3.1	Sikap Terhadap Cukai Jualan Tempatan dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	59
3.3.2	Pengaruh Norma Subjektif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	63
3.3.3	Kawalan Gelagat Ditanggap dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	66
3.3.3.1	Etika dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	71
3.3.3.2	Pengetahuan Tentang Cukai Jualan Tempatan dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	76
3.3.3.3	Undang-undang dan Penguatkuasaan dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	79
3.3.3.4	Kualiti Perkhidmatan dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	83
3.3.3.5	Kemudahan Pembayaran Cukai dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	87
3.4	Norma Subjektif Berhubung dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan Melalui Sikap	89
3.5	Rumusan	92

#### **BAB 4 : METODOLOGI KAJIAN**

4.0	Pengenalan	93
4.1	Rumusan Model Konsepsual	94
4.2	Definisi dan Ukuran Pemboleh ubah	99
4.2.1	Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	100



4.2.2	Ukuran Pemboleh ubah Bebas	102
4.2.2.1	Sikap Terhadap Cukai Jualan Tempatan	102
4.2.2.2	Norma Subjektif	103
4.2.2.3	Kawalan Gelagat Ditanggap	104
4.2.2.3.1	Etika	107
4.2.2.3.2	Pengetahuan	108
4.2.2.3.3	Undang-undang	108
4.2.2.3.4	Penguatkuasaan Undang-undang	109
4.2.2.3.5	Kualiti Perkhidmatan	110
4.2.2.3.6	Kemudahan Pembayaran Cukai	113
4.2.2.4	Pemboleh ubah Demografi	114
4.3	Reka Bentuk Kajian	115
4.3.1	Populasi dan Pensampelan	115
4.3.2	Pengumpulan Data	117
4.3.3	Instrumen	118
4.3.4	Saiz Sampel	119
4.3.5	Teknik Pensampelan	120
4.4	Analisis Kebolehpercayaan	123
4.5	Analisis Kesahan	126
4.5.1	Kesahan Konstruk	127
4.5.2	Kesahan Kandungan	128
4.6	Analisis Regresi Berganda	129
4.7	Kajian Rintis	130
4.8	Keputusan Kajian Rintis	131

4.9	Rumusan	135
-----	---------	-----

## **BAB 5 :      PENEMUAN KAJIAN**

5.0	Pengenalan	136
5.1	Profil Sampel	137
5.2	Ujian Maklum balas Bias	140
5.3	Analisis ANOVA Sehala	141
5.4	Analisis Kebolehpercayaan	142
5.5	Analisis Kesahan	143
5.5.1	Tafsiran Matriks Faktor Sikap Terhadap Cukai Jualan Tempatan	145
5.5.2	Tafsiran Matriks Faktor Normatif Primer	145
5.5.3	Tafsiran Matriks Faktor Normatif Sekunder	146
5.5.4	Tafsiran Matriks Faktor Etika	146
5.5.5	Tafsiran Matriks Faktor Undang-undang	147
5.5.6	Tafsiran Matriks Faktor Penguatkuasaan Undang-undang	148
5.5.7	Tafsiran Matriks Faktor Kualiti Perkhidmatan	148
5.5.8	Tafsiran Matriks Faktor Kemudahan Pembayaran Cukai	149
5.5.9	Tafsiran Matriks Faktor Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	150
5.6	Analisis Statistik Deskriptif	150
5.7	Penyaringan Data dan Andaian-andaian Multivariat	152
5.8	Analisis Regresi Berganda	160
5.9	Keputusan Ujian Hipotesis Pemboleh ubah Bebas terhadap Pemboleh ubah Bersandar	162

5.9.1	Sikap Mempunyai Hubungan yang Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H1)	163
5.9.2	Kepercayaan Normatif Primer Berhubung Secara Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H2)	163
5.9.3	Kepercayaan Normatif Sekunder Berhubung Secara Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H3)	164
5.9.4	Etika Terhadap Cukai Jualan Tempatan Berhubung Secara Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H4)	164
5.9.5	Pengetahuan Tentang Cukai Jualan Tempatan Berhubung Secara Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H5)	165
5.9.6	Undang-undang Cukai Jualan Tempatan Berhubung Secara Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H6)	165
5.9.7	Penguatkuasaan Undang-undang Cukai Jualan Tempatan Berhubung Secara Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H7)	165
5.9.8	Kualiti Perkhidmatan Berhubung Secara Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H8)	166
5.9.9	Kemudahan Pembayaran Cukai Jualan Tempatan Berhubung Secara Positif dengan Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (H9)	166
5.10	Peranan Pemboleh ubah Perantara	167
5.10.1	Normatif Primer Berhubung dengan Niat Kepatuhan Melalui Sikap (H10)	168
5.10.2	Normatif Sekunder Berhubung dengan Niat Kepatuhan Melalui Sikap (H11)	170
5.11	Ringkasan Keputusan Hipotesis	173
5.12	Rumusan	175



## **BAB 6 : PERBINCANGAN DAN RUMUSAN**

6.0	Pengenalan	177
6.1	Ringkasan Kajian	178
6.2	Keputusan dan Objektif Kajian	181
6.2.1	Objektif Pertama	181
6.2.1.1	Sikap Terhadap Cukai Jualan Tempatan	182
6.2.1.2	Norma Subjektif	183
6.2.1.3	Kawalan Gelagat Ditanggap	185
6.2.1.3.1	Etika	186
6.2.1.3.2	Undang-undang Cukai Jualan Tempatan	187
6.2.1.3.3	Penguatkuasaan Undang-undang Cukai Jualan Tempatan	189
6.2.1.3.4	Kualiti Perkhidmatan	190
6.2.1.3.5	Kemudahan Pembayaran Cukai Jualan Tempatan	191
6.2.1.3.6	Pengetahuan Tentang Cukai Jualan Tempatan	193
6.2.2	Objektif Kedua	194
6.2.3	Objektif Ketiga	195
6.3	Implikasi Terhadap Teori	199
6.4	Model Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	202
6.5	Implikasi Terhadap Pembuat Dasar	204
6.5.1	Sikap Terhadap Cukai Jualan Tempatan	205
6.5.2	Norma Subjektif	205
6.5.3	Etika	207

6.6	Cadangan Kajian Lanjutan	208
<b>RUJUKAN</b>		211
Lampiran A		224
Lampiran B1-B9		225
Lampiran C1-C9		244
Lampiran D1-D9		263
Lampiran E1-E9		273
Lampiran F1-F10		282

## SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 1.1: Jumlah Pungutan Cukai Langsung dan Cukai Tidak Langsung di Malaysia bagi Tahun 2009 dan 2010	1
Jadual 1.2: Jenis Cukai dan Jumlah Pungutan KDRM bagi Tahun 2009 dan 2010	5
Jadual 1.3: Nilai Tuntutan dan Nilai yang Berjaya Dipungut oleh KDRM Mengikut Tahun	6
Jadual 1.4: Jumlah ABT KDRM Mengikut Jenis Cukai bagi Tahun 2009 dan 2010	7
Jadual 2.1: Kadar-kadar Cukai Jualan Tempatan	25
Jadual 2.2: Tempoh Bercukai dan Tarikh Cukai Jualan Tempatan Perlu Dibayar	28
Jadual 2.3: Pengiraan GST bagi Setiap Rantaian Pengeluaran dan Pengedaran	31
Jadual 2.4: Perbezaan Sistem Pentadbiran Cukai Jualan Tempatan Berbanding dengan GST	33
Jadual 4.1: Statistik Jenis Syarikat dan Pembuat Keputusan bagi Hal Ehwal yang Berkaitan dengan Cukai Jualan Tempatan di Stesen Johor Bahru, Ayer Keroh dan Pelabuhan Kelang	98
Jadual 4.2: Statistik Pungutan Cukai, Bilangan Pelesen dan ABT Cukai Jualan Tempatan seluruh Malaysia dan Negeri-negeri Pantai Barat Semenanjung Malaysia bagi Tahun 2010	116
Jadual 4.3: Statistik Pelesen Cukai Jualan Tempatan Mengikut Kategori Syarikat dan Jenis Produk yang Dikilang bagi Negeri-negeri Pantai Barat Semenanjung Malaysia bagi Tahun 2010	117
Jadual 4.4: Pecahan Soal Selidik Mengikut Bahagian	119
Jadual 4.5: Bilangan Soal Selidik yang Diedarkan Mengikut Negeri dan Stesen	122
Jadual 4.6: Bilangan Soal Selidik yang Diedarkan Mengikut Kategori Syarikat dan Jenis Produk yang Dikilang	123



Jadual 4.7:	Keputusan Ujian Kebolehpercayaan (N = 62)	133
Jadual 4.8:	Keputusan Analisis Faktor (N = 62)	134
Jadual 5.1:	Bilangan Responden yang Menjawab Soal Selidik Mengikut Negeri	138
Jadual 5.2:	Statistik Deskriptif bagi Taburan Kekerapan Responden (N = 338)	139
Jadual 5.3:	Keputusan Ujian Maklum balas Bias bagi Responden yang Awal dan Lewat Mengembalikan Soal Selidik	141
Jadual 5.4:	Keputusan Ujian ANOVA Sehalu bagi Profil Responden atas Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	142
Jadual 5.5:	Ringkasan Keputusan Ujian Kebolehpercayaan (N = 338)	143
Jadual 5.6:	Keputusan Analisis Faktor (N = 338)	144
Jadual 5.7:	Statistik Deskriptif bagi Setiap Pemboleh ubah (N = 338)	152
Jadual 5.8:	Keputusan Analisis Statistik Kepencongan dan Kurtosis (N = 338)	154
Jadual 5.9:	Hasil Ujian Kehomosedasitian (N-338)	156
Jadual 5.10:	Korelasi Pearson bagi Semua Pemboleh ubah (N = 338)	158
Jadual 5.11:	Ujian Kolineariti Berganda bagi Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (N = 338)	159
Jadual 5.12:	Analisis Regresi Berganda bagi Model Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (N = 338)	161
Jadual 5.13:	Pekali Analisis Regresi Berganda bagi Model Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan (N = 338)	162
Jadual 5.14:	Analisis Regresi Pemboleh ubah Bebas (RUJUK1) atas Pemboleh ubah Perantara (SIKAP)	168
Jadual 5.15:	Analisis Regresi Pemboleh ubah Bebas (RUJUK1) atas Pemboleh ubah Bersandar (NIAT)	169

Jadual 5.16:	Analisis Regresi Pemboleh ubah Bebas (RUJUK1) dan Pemboleh ubah Perantara (SIKAP) atas Pemboleh ubah Bersandar (NIAT)	169
Jadual 5.17:	Keputusan Ujian Pemboleh ubah Perantara (SIKAP) atas Pemboleh ubah Bebas (RUJUK1)	170
Jadual 5.18:	Analisis Regresi Pemboleh ubah Bebas (RUJUK2) atas Pemboleh ubah Perantara (SIKAP)	171
Jadual 5.19:	Analisis Regresi Pemboleh ubah Bebas (RUJUK2) atas Pemboleh ubah Bersandar (NIAT)	171
Jadual 5.20:	Analisis Regresi Pemboleh ubah Bebas (RUJUK2) dan Pemboleh ubah Perantara (SIKAP) atas Pemboleh ubah Bersandar (NIAT)	171
Jadual 5.21:	Keputusan Ujian Pemboleh ubah Perantara (SIKAP) atas Pemboleh ubah Bebas (RUJUK2)	172
Jadual 5.22:	Ringkasan Keputusan Ujian Hipotesis	174

## SENARAI RAJAH

	Halaman
Rajah 2.1: Carta Alir Proses Sistem Pentadbiran Cukai Jualan Tempatan	21
Rajah 2.2: Carta Pungutan dan Pembayaran GST	30
Rajah 2.3: Carta Alir Proses Sistem Pentadbiran Cukai Jualan Tempatan dan Sistem GST	36
Rajah 3.1: Teori Tindakan Beralasan	43
Rajah 3.2: Teori Gelagat Terancang	45
Rajah 4.1: Kerangka Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	95
Rajah 5.1: Plot Serakan Bagi Faktor Undang-undang dengan Niat Kepatuhan	155
Rajah 6.1: Model Peranan Pemboleh ubah Perantara (Sikap) atas Pemboleh ubah Bebas (Normatif Primer) terhadap Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	198
Rajah 6.2: Model Peranan Pemboleh ubah Perantara (Sikap) atas Pemboleh ubah Bebas (Normatif Sekunder) terhadap Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	198
Rajah 6.3: Model Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan	203

## SENARAI SINGKATAN NAMA DAN GLOSARI

KDRM	: Jabatan Kastam Diraja Malaysia
LHDN	: Lembaga Hasil Dalam Negeri Malaysia
GST	: Cukai Barangan dan Perkhidmatan
ABT	: Akaun Belum Terima
KMO	: <i>Kaiser Meyer-Olkin</i>
BOD	: Surat Tuntutan
CJP1	: Borang Bayaran Cukai Jualan dan Perkhidmatan
CJ5	: Borang Pengecualian Cukai ke atas Bahan Mentah
SERVQUAL	: <i>Service Quality</i>
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>
SIKAP	: Sikap Terhadap Cukai Jualan Tempatan
RUJUK1	: Kepercayaan Normatif Primer
RUJUK2	: Kepercayaan Normatif Sekunder
ETIKA	: Nilai Etika
UNDANG	: Undang-undang Cukai Jualan Tempatan
KUASA	: Penguatkuasaan Undang-undang Cukai Jualan Tempatan
KUALITI	: Kualiti Perkhidmatan
MUDAH	: Kemudahan Pembayaran Cukai Jualan Tempatan
ILMU	: Pengetahuan Terhadap Cukai Jualan Tempatan
NIAT	: Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan



## **GLOSARI**

*Threshold* : Nilai Jualan Tahunan Syarikat yang diwajibkan Membayar Cukai Jualan Tempatan

## BAB 1

### PENGENALAN

#### 1.0 Latar Belakang

Sejarah pungutan cukai di Malaysia, bermula sejak 500 tahun yang lalu, iaitu sejak zaman kerajaan kesultanan Melaka. Sistem pungutan cukai ini terus berkembang dan pada masa kini terdapat dua jenis cukai utama yang dipungut di Malaysia, iaitu cukai langsung (*direct tax*) dan cukai tidak langsung (*indirect tax*). Kutipan cukai langsung adalah sekitar RM75 billion setahun dan ia menyumbang sebanyak 50% daripada jumlah kuitipan keseluruhan hasil negara, manakala kutipan cukai tidak langsung adalah sekitar RM28 billion setahun dan ia menyumbang sebanyak 18%. Jadual 1.1 menunjukkan statistik kutipan cukai langsung dan tidak langsung mengikut tahun.

Jadual 1.1

*Jumlah Pungutan Cukai Langsung dan Cukai Tidak Langsung di Malaysia bagi Tahun 2009 dan 2010*

	Tahun	
	2009	2010
Jenis Cukai	(RM, Billion)	(RM, Billion)
Cukai langsung	78.73	75.91
Cukai tidak langsung	25.90	28.32

Sumber: Laporan Ekonomi Kementerian Kewangan Malaysia, Tahun 2010

The contents of  
the thesis is for  
internal user  
only

## RUJUKAN

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhi & J. Beckmann (Eds.). *Action-control: From cognition to behavior*, (pp. 11- 39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Construction of a standard questionnaire for the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 1-20.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Akta Cukai Jualan (1972). *Undang-Undang Malaysia*. Kuala Lumpur: MPH Publications.
- Aleassa, H. M. (2009). *Investigating consumers' software piracy using an extended theory of reasoned action*, unpublished doctoral dissertation. Southern Illionis University, Carbondale.
- Allingham, M., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: a theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1, 323-338.
- Alm, J. (1991). A perspective on the experimental analysis of taxpayer reporting. *Accounting Review*, 66(3), 577-593.
- Alm, J., Cherry, T., Jones, M., & McKee, M. (2010). Taxpayer information assistance services and tax compliance behavior. *Journal of Economic Psychology*, 31(2010), 577–586
- Alm, J., McClelland, G., & Schulze, W. (1999). Changing the social norm of tax compliance by voting. *Kyklos*, 52(2), 141-171.
- Alm, J., Sanchez, I., & De Juan, A. (1995). Economic and noneconomic factors in tax compliance. *Kyklos*, 48(1), 3-18.
- Andreoni, J., Erard, B., & Feinstein, J. (1998). Tax compliance. *Journal of Economic Literature*, 36(2), 818-860.
- Anton, C., Camarero, C., & Carrero, M. (2007). Analysing firms' failures as determinants of consumer switching intentions. *European Journal of Marketing*, 41(1/2), 135-158.

- Arasli, H., Mehtap-Smadi, S., & Katircioglu, S. (2005). Customer service quality in the Greek cypriot banking industry. *Managing Service Quality*, 15(1), 41-56.
- Armstrong, J., & Overton, T. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Ary, D., Jacobs, L., Razavieh, A., & Sorensen, C. (2002). *Introduction to research in education*: Harcourt Brace, Orlando: Wadsworth Publishing Company.
- Athanassopoulos, A., Gounaris, S., & Stathakopoulos, V. (2001). Behavioural responses to customer satisfaction: An empirical study. *European Journal of Marketing*, 35(5/6), 687-707.
- Babbie, E. (1998). *The practice of social research*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Baker, E. W., Al-Gahtani, S. S., & Hubona, G. S. (2007). The effects of gender and age on new technology implementation in a developing country: Testing the theory of planned behavior (TPB). *Information Technology & People*, 20(4), 352-375.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*: Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Baron, R., & Kenny, D. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Becker, G. (1968). Crime and punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy*, 76(2), 169-217.
- Bobek, D. D. (1997). *Tax fairness: How do individuals judges fairness and what effects does it have on their behavior*, unpublished doctoral disertation. University of Florida, Gainesville.
- Bobek, D. D., & Hatfield, R. (2003). An investigation of the theory of planned behavior and the role of moral obligation in tax compliance. *Behavioral Research in Accounting*, 15, 13-38.
- Bock, G., Zmud, R., Kim, Y., & Lee, J. (2005). Behavioral intention formation in knowledge sharing: Examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate. *Mis Quarterly*, 29(1), 87-111.



- Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F., & Verbeke, W. (2007). Determinants of halal meat consumption in France. *British Food Journal*, 109(5), 367-386.
- Brosur cukai barangan dan perkhidmatan (GST) (2007)*. Naskah tidak diterbitkan. Kuala Lumpur: Kementerian Kewangan Malaysia.
- Brucks, M. (1985). The effects of product class knowledge on information search behavior. *Journal of Consumer Research*, 12(1), 1-16.
- Buchan, H. (2005). Ethical decision making in the public accounting profession: an extension of Ajzen's theory of planned behavior. *Journal of business ethics*, 61(2), 165-181.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: Review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811-828.
- Chakraborty, G., Srivastava, P., & Marshall, F. (2007). Are drivers of customer satisfaction different for buyers/users from different functional areas? *Journal of Business & Industrial Marketing*, 22(1), 20-28.
- Chang, M. (1998). Predicting unethical behavior: A comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior. *Journal of Business Ethics*, 17(16), 1825-1834.
- Chiou, J. (2002). The effects of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control on consumers' purchase intentions: The moderating effects of product knowledge and attention to social comparison information. *Proceedings National Sciences Council, Republic of China, China*, 9(2), 298-308.
- Chiu, Y., Lin, C., & Tang, L. (2005). Gender differs: Assessing a model of online purchase intentions in e-tail service. *International Journal of Service Industry Management*, 16(5), 416-435.
- Choo, H., Chung, J., & Pysarchik, D. (2004). Antecedents to new food product purchasing behavior among innovator groups in India. *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 608-625.
- Christiansen, V. (1989). Two comments on tax evasion. *Journal of Public Economics*, 13(June): 389-393.

- Chu, P., & Wu, T. (2004). Factors influencing tax-payer information usage behavior: Test of an integrated model. *The Eight Pacific-Asia Conference on Information Systems, Shanghai, China, proceedings*, 34.
- Chua, Y. P. (2006a). *Kaedah penyelidikan: Buku satu*. Kuala Lumpur: McGraw-Hill.
- Chua, Y. P. (2006b). *Kaedah penyelidikan: Buku dua*. Kuala Lumpur: McGraw-Hill.
- Churchill, J. G. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- Coakes, S. (2005). *SPSS: Analysis without anguish: Version 12.0 for windows*. Australia: John Wiley & Sons.
- Coakes, S., & Steed, L. (2003). *SPSS: Analysis without anguish: Version 11.0 for windows*. Australia: John Wiley & Sons.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education*. New York: Routledge.
- Collins, J., Uhlenbruck, K., & Rodriguez, P. (2009). Why firms engage in corruption: A top management perspective. *Journal of Business Ethics*, 87(1), 89-108.
- Cook, A., & Fairweather, J. (2007). Intentions of New Zealanders to purchase lamb or beef made using nanotechnology. *British Food Journal*, 109(9), 675-688.
- Cooper, D., & Schindler, P. (2008). *Business research methods*. New York: McGraw-Hill.
- Cordano, M., & Frieze, I. (2000). Pollution reduction preferences of US environmental managers: Applying Ajzen's theory of planned behavior. *Academy of Management Journal*, 43(4), 627-641.
- Cronin Jr, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *The Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Dabholkar, P., & Bagozzi, R. (2002). An attitudinal model of technology-based self-service: Moderating effects of consumer traits and situational factors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(3), 184.
- Dansereau, F., Yammarino, F., & Markham, S. (1995). Leadership: The multiple-level approaches. *Leadership Quarterly*, 6(3), 251-263.

- Davidshofer, C., & Murphy, K. (1998). *Psychological testing: Principles and practice*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Dean, A. (2002). Service quality in call centres: Implications for customer loyalty. *Managing Service Quality*, 12(6), 414-423.
- Devos, K. (2007). Measuring and analysing deterrence in taxpayer compliance research. *Journal of Australian Taxation*, 10(2), 182-203.
- Eriksen, K., & Fallan, L. (1996). Tax knowledge and attitudes towards taxation: A report on a quasi-experiment. *Journal of Economic Psychology*, 17(3), 387-402.
- Fallan, L. (1999). Gender, exposure to tax knowledge, and attitudes towards taxation; An experimental approach. *Journal of Business Ethics*, 18(2), 173-184.
- Fazio, R., Powell, M., & Williams, C. (1989). The role of attitude accessibility in the attitude-to-behavior process. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 280-288.
- Feld, L., & Frey, B. (2007). Tax compliance as the result of a psychological tax contract: The role of incentives and responsive regulation. *Law & Policy*, 29(1), 102-120.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1974). Attitudes towards objects as predictors of single and multiple behavioral criteria 1. *Psychological Review*, 81(1), 59-74.
- Ghosh, D., & Crain, T. (1995). Ethical standards, attitudes toward risk, and intentional noncompliance: An experimental investigation. *Journal of Business Ethics*, 14(5), 353-365.
- Gilbert, G. (2000). Measuring internal customer satisfaction. *Managing Service Quality*, 10(3), 178-186.
- Goldstein, E. (2009). *Sensation and perception*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Goles, T., Jayatilaka, B., George, B., Parsons, L., Chambers, V., Taylor, D., Brune, R. (2008). Softlifting: Exploring determinants of attitude. *Journal of business ethics*, 77(4), 481-499.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis* (6 ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Hajah Mustafa, H. (1996). *An evaluation of the Malaysian tax administrative system and taxpayers perceptions towards assessment systems, tax law fairness, and tax law complexity*, unpublished doctoral dissertation. Universiti Utara Malaysia.
- Hanno, D., & Violette, G. (1996). An analysis of moral and social influences on taxpayer behavior. *Behavioral Research in Accounting*, 8, 57-75.
- Henderson, B. C., & Kaplan, S. (2005). An examination of the role of ethics in tax compliance decisions. *Journal of the American Taxation Association*, 27, 39-72.
- Ho, D., & Wong, B. (2006). Exploratory study of personal tax ethics in Hong Kong. *The International Tax Journal*, 32, 31-43.
- Holloway, A., & Watson, H. (2002). Role of self-efficacy and behaviour change. *International Journal of Nursing Practice*, 8(2), 106-115.
- Isaac, S., & Michael, W. (1984). *Handbook in research and evaluation* (4 ed.). San Diego, California: Edits Publishers.
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D., & Isa, S. (2006). Service quality, client satisfaction and loyalty towards audit firms. *Managerial Auditing Journal*, 21(7), 738-756.
- Jabatan Kastam Diraja Malaysia. (2011). *Laporan tahunan 2010*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Jabatan Kastam Diraja Malaysia. (2011). *Laporan tahunan 2009*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Jackson, B., & Milliron, V. (1986). Tax compliance research: Findings, problems and prospects. *Journal of Accounting Literature*, 5, 125-165.
- Jones, M., Mothersbaugh, D., & Beatty, S. (2003). The effects of locational convenience on customer repurchase intentions across service types. *Journal of Services Marketing*, 17(7), 701-712.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Journal of Econometric Society*, 47(2), 263-292.
- Kamil, M. I. (2002). *Gelagat kepatuhan zakat pendapatan pengajian di Malaysia*, unpublished doctoral dissertation. Universiti Utara Malaysia.
- Kamil, M. I., Zainol Bidin, Ayoib Che Ahmad, Nor Shaipah A. Wahab, Nor Afza Amran, & Haslinda Hassan. (2006). *Gelagat kepatuhan zakat pendapatan pengajian di Malaysia*, unpublished technical report, Universiti Utara Malaysia.

- Kaplan, S., Newberry, K., & Reckers, P. (1997). The effect of moral reasoning and educational communications on tax evasion intentions. *Journal of the American Taxation Association*, 19(2), 38-54.
- Kaplan, S., & Reckers, P. (1985). A study of tax evasion judgments. *National Tax Journal*, 38(1), 97-102.
- Karjaluoto, H., Mattila, M., & Pento, T. (2002). Factors underlying attitude formation towards online banking in Finland. *The International Journal of Bank Marketing*, 3, 261-272.
- Kerlinger, F., & Lee, H. (2000). *Foundations of behavioral research*. Fort Worth: Harcourt Brace College.
- Kementerian Kewangan Malaysia. (2011). *Laporan ekonomi Malaysia tahun 2010*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Kidwell, B., & Jewell, R. (2003). An examination of perceived behavioral control: Internal and external influences on intention. *Psychology and Marketing*, 20(7), 625-642.
- Kraft, P., Rise, J., Sutton, S., & Roysamb, E. (2005). Perceived difficulty in the theory of planned behaviour: Perceived behavioural control or affective attitude? *British Journal of Social Psychology*, 44(3), 479-496.
- Lahaut, V., Jansen, H., Van de Mheen, D., & Garretsen, H. (2002). Non-response bias in a sample survey on alcohol consumption. *Alcohol and Alcoholism*, 37(3), 256-260.
- Laporan akaun belum terima tahun 2010*. Naskah tidak diterbitkan. Kuala Lumpur: Jabatan Kastam Diraja Malaysia.
- Laporan akaun belum terima tahun 2009*. Naskah tidak diterbitkan. Kuala Lumpur: Jabatan Kastam Diraja Malaysia.
- Laporan pungutan hasil tahun 2010*. Naskah tidak diterbitkan. Kuala Lumpur: Jabatan Kastam Diraja Malaysia.
- Lee, H., Lee, Y., & Yoo, D. (2000). The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 217-231.
- Lembaga Hasil Dalam Negeri. (2010). *Laporan tahunan 2009*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Lewin, J., & Johnston, W. (2008). The impact of supplier downsizing on performance, satisfaction over time, and repurchase intentions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(4), 249-255.



- Lignier, P. (2010). The managerial benefits of tax compliance: perception by small business taxpayers. *eJournal of Tax Research*, 7(2), 106-133.
- Lindner, J., Murphy, T., & Briers, G. (2001). Handling nonresponse in social science research. *Journal of Agricultural Education*, 42(4), 43-53.
- Lin, L., & Chen, C. (2006). The influence of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: An empirical study of insurance and catering services in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing*, 23(5), 248-265.
- Malik, O. F., Waheed, A., & Malik, K. U. R. (2010). The mediating effects of job satisfaction on role stressors and affective commitment. *International Journal of Business and Management*, 5(11), 223-235.
- Mano, H. (1994). *Risk-taking, framing effects, and affect*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 57(1), 38-58.
- Marshall, R., Smith, M. and Armstrong, R.W. (2006). The impact of audit risk, materiality and severity on ethical decision making: An analysis of the perceptions of tax agents in Australia. *Managerial Auditing Journal*, 21(5), 497-519.
- Matteson, M., Ivancevich, J., & Smith, S. (1984). Relation of Type A behavior to performance and satisfaction among sales personnel. *Journal of Vocational Behavior*, 25(2), 203-214.
- McGee, R. (2008). Jewish views on the ethics of tax evasion. *Journal of Business ethics*, 77, 145-148.
- McGee, R., Ho, S., & Li, A. (2008). A comparative study on perceived ethics of tax evasion: Hong Kong vs the United States. *Journal of Business Ethics*, 77(2), 147-158.
- Mohd Rizal, P. (2005). Taxpayers knowledge: A descriptive evidence on demographic factors in Malaysia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 11-21.
- Montalvo, C. (2006). What triggers change and innovation? *Technovation*, 26(3), 312-323.
- Morrison, D. (1979). Purchase intention and purchase behavior. *Journal of Marketing*, 43(1), 65-74.
- Moschis, G., & Churchill Jr, G. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*, 15(4), 599-609.

- Muhamad Jantan, & Ramayah, T. (2007). *Research method and statistical analysis for Ph. D. candidates (INTAN)*. Penang: Universiti Sains Malaysia.
- Murphy, K. (2005). Regulating more effectively: The relationship between procedural justice, legitimacy, and tax non-compliance. *Journal of Law and Society*, 32(4), 562-589.
- Nor Aziah, M. (2004). *Land tax administration and compliance attitude in Malaysia*, unpublished doctoral dissertation. University of Nottingham, United Kingdom.
- Norsiah, A. M. (2004). Sikap terhadap cukai dari perspektif gender. *Akademika*, 65, 125-135.
- Oskamp, S. (1991). *Attitudes and opinions (2nd ed.)*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2009). Whistleblowing as planned behavior: A survey of South Korean police officers. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 545-556.
- Paternoster, R., L. Saltzman, G. Waldo and T. Chiricos. (1983). Perceived risk and social control: Do sanctions really deter? *Law and Society Review*, 17(3), 455-479.
- Pavlou, P., & Chai, L. (2002). What drives electronic commerce across cultures? Across-cultural empirical investigation of the theory of planned behavior. *Journal of Electronic and Commerce Research*, 3(4), 240-253.
- Peraturan-peraturan Cukai Jualan. (1972). *Undang-Undang Malaysia*. Kuala Lumpur: MPH Publications.
- Perintah cukai jualan 1997 (kadar-kadar cukai) (pindaan 2008)*. Naskah tidak diterbitkan. Kuala Lumpur: Jabatan Kastam Diraja Malaysia.
- Perintah tetap cukai dalaman (cukai jualan)*. (2001). Naskah tidak diterbitkan. Kuala Lumpur: Jabatan Kastam Diraja Malaysia.
- Poddar, S., & English, M. (1997). Taxation of financial services under a value-added tax: Applying the cash-flow approach. *National Tax Journal*, 50, 89-112.
- Powpaka, S. (2002). Factors affecting managers' decision to bribe: An empirical investigation. *Journal of Business Ethics*, 40(3), 227-246.
- Ram Al Jaffri, S. (2010). *Gelagat kepatuhan zakat perniagaan di negeri Kedah Darul Aman*, unpublished doctoral dissertation. Universiti Utara Malaysia.

- Ramayah, T. (2007). *Developing and testing moderators and mediators in management research for Ph.D. candidates (INTAN)*. Penang: Universiti Sains Malaysia.
- Reckers, P., Sanders, D., & Roark, S. (1994). The influence of ethical attitudes on taxpayer compliance. *National Tax Journal*, 47, 825-825.
- Rekod pelesen cukai jualan tempatan 2010*. Naskah tidak diterbitkan. Kuala Lumpur: Jabatan Kastam Diraja Malaysia.
- Robbins, S. P. (1998). *Organizational behavior: Concepts, controversies and application*. New Jersey: Prentice Hall.
- Robbins, S. P., & DeCenzo, D. (2004). *Fundamentals of management: essential concepts and applications*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Ross, L., Kohler, C., Grimley, D., & Anderson-Lewis, C. (2007). The theory of reasoned action and intention to seek cancer information. *American Journal of Health Behavior*, 31(2), 123-134.
- Rossi, C., de Matos, C., & Ituassu, C. (2007). Consumer attitudes toward counterfeits: A review and extension. *Journal of Consumer Marketing*, 24(1), 36-47.
- Salisbury, W., Pearson, R., Pearson, A., & Miller, D. (2001). Perceived security and world wide web purchase intention. *Industrial Management and Data Systems*, 101(3), 165-176.
- Schisler, D. (1995). Equity, aggressiveness, consensus: A comparison of taxpayers and tax preparers. *Accounting Horizons*, 9, 76-87.
- Schmitt, N., Klimoski, R., Ferris, G., & Rowland, K. (1991). *Research methods in human resources management*. Cincinnati: South-Western Publishing Company.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business : A skill building approach (4 ed.)*. New York: John Wiley & Sons.
- Shafer, W., & Simmons, R. (2005). Social responsibility, Machiavellianism and tax avoidance: A study of Hong Kong tax professionals. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(5), 695-720.
- Shahanjarini, A., Rashidian, A., Majdzadeh, R., Omidvar, N., & Shojaezadeh, D. (2010). The role of sociocognitive mediators in the beliefs-intentions relationship: Snacking behavior. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 38(5), 711-720.

- Shim, S., Eastlick, M., Lotz, S., & Warrington, P. (2001). An online prepurchase intentions model: The role of intention to search. *Journal of Retailing*, 77(3), 397-416.
- Shimp, T., & Kavas, A. (1984). The theory of reasoned action applied to coupon usage. *Journal of Consumer Research*, 11, 795-809.
- Silver, D. (1995). Tax compliance and taxpayer attitude. *National Public Accountant*, 40(11), 32-34.
- Suazo, M. M. (2009). The mediating role of psychological contract violation on the relations between psychological contract breach and work-related attitudes and behaviors. *Journal of Managerial Psychology*, 24(2), 136-160.
- Sutinen, J., & Kuperan, K. (1999). A socio-economic theory of regulatory compliance. *Economics*, 26(1/2), 3.
- Syed, A., & Kalirajan, K. (2000). Benchmarking tax compliance efficiency (risk) at the business entity level. *An International Journal Vol*, 7(3), 206-222.
- Syed, S. A., & Nazura, M. S. (2011). Applying the theory of planned behavior (TPB) in hallal food purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8-20.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107(11), 808-822.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144-176.
- Thompson, N., & Thompson, K. (1996). Reasoned action theory: An application to alcohol-free beer. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 2(2), 35-48.
- Torgler, B. (2003a). Tax morale, rule-governed behaviour and trust. *Constitutional Political Economy*, 14(2), 119-140.
- Torgler, B. (2003b). *Tax morale: Theory and empirical analysis of tax compliance*, unpublished doctoral dissertation. Universität Basel zur Erlangung der Würde eines Doktors der Staatswissenschaften.
- Torgler, B. (2008). What do we know about tax fraud? An overview of recent developments. *Social Research: An International Quarterly*, 75(4), 1239-1270.

- Torgler, B., & Schneider, F. (2007). What shapes attitudes toward paying taxes? Evidence from multicultural European countries. *Social Science Quarterly*, 88(2), 443-470.
- Trafimow, D., Sheeran, P., Conner, M., & Finlay, K. (2002). Evidence that perceived behavioural control is a multidimensional construct: Perceived control and perceived difficulty. *British Journal of Social Psychology*, 41(1), 101-121.
- Trivedi, V., Shehata, M., & Mestelman, S. (2005). Attitudes, incentives, and tax compliance. *Canadian Tax Journal*, 53(1), 29-61.
- Ullmann, R., & Watrin, C. (2008). Comparing direct and indirect taxation: The influence of framing on tax compliance. *European Journal of Comparative Economics*, 5(1), 23-56.
- Verboon, P., & Van Dijke, M. (2007). A self-interest analysis of justice and tax compliance: How distributive justice moderates the effect of outcome favorability. *Journal of Economic Psychology*, 28(6), 704-727.
- Wartick, M. (1994). Legislative justification and the perceived fairness of tax law changes: A referent cognitions theory approach. *The Journal of the American Taxation Association*, 16(2), 106-123.
- Wated, G., & Sanchez, J. (2005). The effects of attitudes, subjective norms, attributions, and individualism–collectivism on managers' responses to bribery in organizations: Evidence from a developing nation. *Journal of Business Ethics*, 61(2), 111-127.
- Weilenmann, A., & Larsson, C. (2000). *Collaborative use of mobile telephones: A field study of Swedish teenagers*. Proceedings of NordChi 2000 (Stockholm, Sweeden).
- Wenzel, M. (2007). The multiplicity of taxpayer identities and their implications for tax ethics. *Law & Policy*, 29(1), 31-50.
- Wikipedia (n.d.). Goods and service tax (Singapore). Retrieved April 7, 2009 from [www.gst.gov.sg](http://www.gst.gov.sg).
- Wilson, B. (2008). Predicting intended unethical behavior of business students. *The Journal of Education for Business*, 83(4), 187-195.
- Witte, A., & Woodbury, D. (1985). The effect of tax laws and tax administration on tax compliance: The case of the US individual income tax. *National Tax Journal*, 38(1), 1-13.
- Wong, A., & Sohal, A. (2002). Customers' perspectives on service quality and relationship quality in retail encounters. *Managing Service Quality*, 12(6), 424-433.



- Yap, K., & Sweeney, J. (2007). Zone-of-tolerance moderates the service quality-outcome relationship. *Journal of Services Marketing*, 21(2), 137-148.
- Zainol, B. (2008). *Faktor-faktor penentu niat gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji*, unpublished doctoral dissertation. Universiti Utara Malaysia.
- Zainol, B., Kamil, M. I., & Faridahwati, M. S. (2009). Predicting compliance intention on zakah on employment income in Malaysia: An application of reasoned action theory. *Jurnal Pengurusan*, 28, 85-102.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (1996). *Services marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2006). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.